Indo Green Journal
https://idngreen.com/index.php/green

e-ISSN: 3025 – 4574, p-ISSN: 3025 – 2679
Volume 4 Nomor 2 Tahun 2026
Halaman: 1471 – 1480

RESEARCH ARTICLE

Etika Bermedia Sosial Menurut Islam: Analisis Akhlak *Mahmudah* dan *Mazmumah* pada Penggunaan Tiktok dan Instagram

Amri[1], Dian Izati Nabila[2], Febri Afriyanti[3], Nur Mazwin[4], Azaaro Nadzifah[5]
Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan,
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Datuk Laksemana Bengkalis, Indonesia

amristhimpdi@gmail.com[1], nabilaajja9285@gmail.com[2], febriafriyanti@gmail.com[3], nurmazwin14@gmail.com[3], azaaronadzifah39@gmail.com[5]

Kata Kunci:
Etika Bermedia Sosial, Akhlak Mahmudah, Akhlak Mazmumah, Pengguna Tiktok dan Instagram

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadikan media sosial sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. TikTok dan Instagram merupakan platform media sosial yang banyak digunakan untuk berkomunikasi, berbagi informasi, serta mengekspresikan diri. Namun, kemudahan penggunaan media sosial juga menimbulkan berbagai permasalahan etika, seperti penyebaran hoaks, ghibah, fitnah, ujaran kebencian, dan perilaku negatif lainnya yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*) atau penelusuran terhadap konsep yang terdapat dalam *Online Journal System* yang memiliki legalitas ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bermedia sosial dalam Islam berlandaskan pada nilai-nilai akhlak yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, kesantunan, serta penghormatan terhadap hak dan kehormatan orang lain. Implementasi akhlak *mahmudah* dalam penggunaan TikTok dan Instagram dapat diwujudkan melalui penyebaran informasi yang benar, pembuatan konten yang edukatif dan bermanfaat, menjaga privasi orang lain, serta memperkuat ukhuwah Islamiyah. Sebaliknya, akhlak *mazmumah* yang sering ditemukan dalam penggunaan media sosial meliputi hoaks, ghibah, fitnah, ujaran kebencian, *cyberbullying*, riya', hasad, dan *namimah* yang dapat merusak hubungan sosial serta bertentangan dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, penerapan etika Islam dalam bermedia sosial sangat penting untuk menciptakan lingkungan digital yang sehat, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

Key Word:
Social Media Ethics, Mahmudah Ethics, Mazmumah Ethics, Tiktok and Instagram Users

Abstract

The development of information and communication technology has made social media an integral part of modern society. TikTok and Instagram are social media platforms widely used for communication, sharing information, and self-expression. However, the ease of use of social media also gives rise to various ethical issues, such as the spread of hoakses, gossip, slander, hate speech, and other negative behaviors that contradict Islamic values. This study uses library research methods or explores concepts contained in the Online Journal System that have scientific legality. The results show that social media ethics in Islam are based on moral values sourced from the Qur'an and Hadith, such as honesty, trustworthiness, responsibility, politeness, and respect for the rights and honor of others. The implementation of easy morals in the use of TikTok and Instagram can be realized through the dissemination of correct information, the creation of educational and useful content, protecting the privacy of others, and strengthening Islamic brotherhood. In contrast, the morality of mazmumah frequently found in social media use includes hoakses, backbiting, slander, hate speech, cyberbullying, showing off, envy, and namimah, which can damage social relationships and contradict Islamic teachings. Therefore, implementing Islamic ethics in social media is crucial to creating a healthy, responsible, and mutually beneficial digital environment.

Information Production:
© 2026 *by the authors of this article. This work is licensed under an Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat (Lubis, 2021). Kehadiran internet dan media sosial memungkinkan setiap individu untuk berkomunikasi, berbagi informasi, serta berinteraksi dengan orang lain tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga telah menjadi bagian penting dalam berbagai aspek kehidupan, seperti pendidikan, ekonomi, hiburan, dakwah, dan

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

aktivitas sosial lainnya. Di Indonesia, penggunaan media sosial terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, terutama di kalangan generasi muda yang menjadikan media sosial sebagai kebutuhan sehari-hari (Maulidin, 2025).

Di antara berbagai platform media sosial yang berkembang saat ini, TikTok dan Instagram merupakan dua aplikasi yang sangat populer. TikTok dikenal sebagai platform berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan konten secara kreatif . Sementara itu, Instagram menjadi media yang digunakan untuk berbagi foto, video, reels, stories, serta membangun interaksi sosial melalui berbagai fitur yang tersedia. Popularitas kedua platform tersebut tidak hanya menarik perhatian masyarakat umum, tetapi juga para pelaku bisnis, pendidik, tokoh publik, dan pendakwah yang memanfaatkannya sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi (Khairunnisa dan Asyari, 2024).

Keberadaan TikTok dan Instagram memberikan banyak manfaat bagi penggunanya. Melalui media sosial, seseorang dapat memperoleh informasi dengan cepat, memperluas jaringan pertemanan, mengembangkan kreativitas, mempromosikan usaha, serta menyampaikan pesan-pesan edukatif dan keagamaan kepada masyarakat luas. Bahkan, banyak konten positif yang mampu memberikan motivasi, pengetahuan, dan inspirasi bagi para pengguna. Dalam konteks dakwah Islam, media sosial juga menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai keIslaman kepada berbagai lapisan masyarakat (Antari, 2025).

Namun demikian, di balik berbagai manfaat yang ditawarkan, penggunaan media sosial juga menghadirkan berbagai permasalahan yang cukup serius. Kemudahan dalam membuat dan menyebarkan konten sering kali tidak diimbangi dengan kesadaran etika dalam bermedia sosial. Banyak pengguna yang memanfaatkan TikTok dan Instagram untuk menyebarkan informasi yang belum tentu benar, melakukan ujaran kebencian, perundungan daring (*cyberbullying*), pencemaran nama baik, fitnah, provokasi, serta menampilkan konten yang tidak sesuai dengan norma agama dan moral. Selain itu, fenomena mencari popularitas, mengejar jumlah pengikut (*followers*), jumlah suka (*likes*), dan jumlah tayangan (*views*) sering kali mendorong sebagian pengguna untuk membuat konten yang kontroversial demi mendapatkan perhatian publik (Hidayat, Rifki dan Rachman, 2025).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak hanya berkaitan dengan aspek teknologi, tetapi juga berkaitan erat dengan aspek moral dan etika. Dalam Islam, setiap bentuk komunikasi dan interaksi sosial harus didasarkan pada nilai-nilai akhlak yang baik. Islam mengajarkan bahwa setiap perkataan, tulisan, maupun tindakan yang dilakukan oleh seseorang akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah Swt. Oleh karena itu, penggunaan media sosial juga harus memperhatikan prinsip-prinsip etika Islam agar tidak menimbulkan dampak negatif bagi diri sendiri maupun orang lain (Nurjanah, Darmawanita dan Masronia, 2024). Hal ini sejalan dengan ayat Al-Qur'an yang relevan dengan penggunaan media sosial dalam perspektif etika Islam adalah firman Allah Swt. dalam Surah Qaf ayat 18:

مَّا يَلْفِظُ مِن قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ

Artinya: "*Tiada suatu ucapanpun yang diucapkannya melainkan ada di dekatnya malaikat pengawas yang selalu hadir*." (QS. Qaf [50]: 18)

Menurut penafsiran Ibnu Katsir dalam kitab *Tafsir Al-Qur'an Al-'Azhim*, ayat ini menjelaskan bahwa setiap perkataan yang keluar dari lisan manusia akan dicatat oleh malaikat yang ditugaskan Allah Swt. untuk mengawasi dan merekam seluruh amal perbuatan manusia. Tidak ada ucapan, baik yang mengandung kebaikan maupun keburukan, yang luput dari pengawasan dan pencatatan malaikat. Ibnu Katsir menerangkan bahwa ayat ini merupakan peringatan agar manusia senantiasa menjaga lisan dan berhati-hati dalam berbicara karena seluruh perkataan akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah Swt. pada hari kiamat.

Apabila dikaitkan dengan perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial pada masa sekarang, makna ayat tersebut tidak hanya terbatas pada ucapan secara lisan, tetapi juga mencakup segala bentuk komunikasi yang disampaikan melalui tulisan, komentar, unggahan, maupun pesan digital. Setiap konten yang dipublikasikan di media sosial pada hakikatnya merupakan bagian dari perkataan dan perbuatan manusia yang akan dicatat serta dipertanggungjawabkan di hadapan Allah Swt. Oleh karena itu, Islam mengajarkan agar setiap individu menggunakan media sosial secara bijaksana dengan mengedepankan kejujuran, kesantunan, serta menghindari penyebaran fitnah, ujaran kebencian, hoaks, maupun konten yang merugikan orang lain. Dengan demikian, tafsir Ibnu Katsir terhadap QS. Qaf ayat 18 menegaskan bahwa kesadaran akan adanya pengawasan dan pencatatan amal oleh Allah Swt. menjadi landasan moral bagi umat Islam untuk menerapkan etika dalam penggunaan media sosial sehingga tercipta komunikasi yang bertanggung jawab dan membawa kemaslahatan bagi masyarakat (Kuswanto dan Kurniawan, 2025).

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

Etika bermedia sosial dalam Islam pada dasarnya merupakan penerapan nilai-nilai akhlak dalam aktivitas komunikasi digital. Islam mengajarkan pentingnya berkata benar (*ṣidq*), menjaga kehormatan orang lain, menghindari fitnah, tidak menyebarkan berita bohong (hoaks), serta menggunakan kata-kata yang santun dan bermanfaat. Nilai-nilai tersebut termasuk dalam kategori akhlak *mahmudah*, yaitu akhlak terpuji yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Akhlak *mahmudah* mencerminkan perilaku yang sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Hadis, seperti jujur, amanah, sopan santun, menghormati orang lain, bertanggung jawab, dan menjaga persaudaraan (Sesady, 2023).

Sebaliknya, Islam juga melarang berbagai perilaku yang termasuk dalam akhlak *mazmumah*, yaitu akhlak tercela yang dapat merusak hubungan sosial dan menimbulkan kerugian bagi banyak pihak. Dalam konteks media sosial, akhlak *mazmumah* dapat terlihat dalam perilaku menyebarkan fitnah, *ghibah* (menggunjing), *namimah* (adu domba), *hasad* (iri hati), *riya'* (pamer), berkata kasar, menghina orang lain, serta membuat konten yang mengandung unsur kebohongan dan kemaksiatan. Perilaku-perilaku tersebut semakin mudah ditemukan di berbagai platform media sosial, termasuk TikTok dan Instagram, yang memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pendapat dan membagikan konten secara bebas (Sesady, 2023).

Penelitian mengenai etika bermedia sosial menurut Islam menjadi relevan untuk dilakukan karena perkembangan teknologi digital yang semakin pesat menuntut adanya keseimbangan antara kemajuan teknologi dan pembinaan moral. Analisis terhadap akhlak *mahmudah* dan akhlak *mazmumah* pada pengguna TikTok dan Instagram diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bentuk-bentuk perilaku pengguna media sosial yang sesuai maupun yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan edukasi bagi masyarakat agar lebih memahami pentingnya menerapkan etika Islam dalam setiap aktivitas bermedia sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *library research* (penelitian kepustakaan) dengan pendekatan kualitatif deskriptif (Hamzah, 2022). Metode ini dipilih untuk mengkaji secara mendalam konsep etika bermedia sosial menurut Islam, khususnya yang berkaitan dengan akhlak *mahmudah* dan *mazmumah* pada pengguna TikTok dan Instagram. Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder yang diperoleh dari Al-Qur'an, hadis, kitab tafsir, buku-buku keIslaman, artikel jurnal ilmiah, serta berbagai publikasi akademik yang relevan dan memiliki validitas ilmiah. Seluruh sumber tersebut dipilih berdasarkan kesesuaian tema penelitian, kemudian digunakan sebagai landasan teoritis dalam menjelaskan fenomena penggunaan media sosial dari perspektif etika Islam.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan menelusuri, mengidentifikasi, dan menginventarisasi berbagai literatur yang berkaitan dengan fokus penelitian. Data yang terkumpul kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema-tema tertentu, seperti konsep akhlak *mahmudah*, akhlak *mazmumah*, serta perilaku pengguna media sosial. Selanjutnya, analisis data dilakukan secara deskriptif-analitis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, interpretasi, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2021). Pada tahap ini, setiap informasi yang diperoleh dianalisis secara sistematis untuk menemukan keterkaitan antara nilai-nilai etika Islam dan praktik bermedia sosial. Hasil analisis tersebut kemudian disusun menjadi temuan penelitian yang memberikan gambaran komprehensif mengenai etika penggunaan TikTok dan Instagram dalam perspektif Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Islam

Etika dapat ditelusuri dari berbagai bahasa, diantaranya adalah berasal dari bahasa Arab yaitu *akhlaq*, dari bahasa Inggris yaitu *ethics*, dari bahasa Prancis yaitu *ethique*, dari bahasa latin yaitu *ethica*, dari bahasa Jerman *ethic*, dan dari bahasa latin yaitu *ethica*. Etika secara etimologis merupakan turunan dari bahasa yunani yaitu *ethos* yang memiliki arti 'adat istiadat'. Etika juga sering disebut sebagai etik. Etika sendiri memiliki pengertian sebagai pandangan masyarakat terhadap baik atau buruknya sikap atau perilaku seseorang dan juga memfilter perilaku yang bisa diterima atau tidak dalam kehidupan bersama yang bertujuan untuk mencapai nilai kebaikan (Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Departemen Agama RI, 2009).

Franz Magnis-Suseno menyatakan bahwa etika tidak bisa menggantikan agama melainkan etika diperlukan dalam agama. Agama merupakan hal tepat yang dapat menjadi sadar dalam menuntun manusia ke arah yang baik. Namun, dalam menjalankannya agama memerlukan etika supaya dapat memberikan

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

orientasi. Etika ini bersifat terbuka kepada setiap orang. Dalam pespektif Islam etika disebut sebagai akhlak yang memiliki asal kata dari bahasa Arab yaitu *al-akhlak* (*al-khuluq*) yang artinya watak, budi pekerti, atau tabiat. Akhlak juga memiliki arti sebagai ilmu mengenai keutaman dan cara agar manusia berhias serta ilmu mengenai cara menjauhi hal yang hina dan tidak baik. Etika dan akhlak memang memiliki persamaan, namun memiliki sedikit perbedaan. Apabila akhlak lebih mendefinisikan kepada budi pekerti dan kelakukan yang sifatnya aplikatif, apabila etika lebih mendefinisikan kepada ilmu mengenai apa baik dan buruknya perilaku yang dimana lebih kepada landasan filosofinya (Supriatna dan Jenuri, 2023).

Dalam bermedia sosial tentunya terdapat etika atau adab yang perlu digunakan, karena dalam menggunakan media sosial ada hukum yang berlaku, salah satunya dalah Undang-Undang ITE. Karena perilaku penyimpangan yang dilakukan seseoang dapat merugikan dan juga membahayakan orang lain. Warga Indonesia yang baik harus menggunakan Pancasila sebagai dasar-dasar dalam melaksanakan nilai utama dalam beretika. Hoaks, pencemaran nama baik, dan menggunjing merupakan beberapa perbuatan yang melanggar etika bermedia sosial dan bisa dikenakan UU ITE. UU ITE memiliki arti bahwa UU ini mengatur mengenai tata lalu lintas di dunia maya seperti media sosial untuk mengatur para pelaku media sosial terhadap berbagai aspek kehidupan dimasyarakat. Sejak diterapkannya UU ITE maka berbagai kasus di media sosial mulai bermunculan. UU ITE ini diatur dalam Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 yang merupakan perubahan dari Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 (Samudra, 2020).

Dalam Islam etika adalah bagian yang paling utama dari misi kenabian setelah al-tauhid atau mengesakan Allah SWT. Rasulullah SAW bersabda: "Bahwasanya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang baik." Etika disebut juga sebagai filsafat parktis yang dimana merupakan bagian penting dalam pemikiran Islam klasik. Gambaran batin yang mengartikan sifat kejiwaan disebut sebagai akhlak atau moral. Secara umum etika memiliki tujuan untuk mengetahui pandangan seseorang. Oleh karena itu mendorong untuk berbuat baik merupakan bagian dari etika, namun hal ini tidak bisa terjadi dengan baik apabila tidak didasari oleh keinginan dan dasar suci dari manusia itu sendiri. Tujuan etika didalam Islam merupakan "idealitas" bahwa semua orang itu sama. Dalam hal ini mengalami kesulitan karena pandangan setiap orang dapat berbeda dalam menilai presepsi fisik dan perilaku manusia mengenai baik atau buruknya. Pola hidup yang diajarkan Islam adalah bahwa segala aktivitas ibadah, hidup dan mati kita hanya untuk Allah SWT (Risna, Hidayah dan Riani, 2023).

Oleh karena itu tujuan akhir dari semua perilaku manusia yang sesuai dengan etika Islam merupakan keridhaan Allah. Etika Islam ini berarti kita harus mampu bersikap, berperilaku yang bijak dan baik dalam menjalankan kehidupan sehari-hari baik secara nyata ataupun virtual melalui media sosial. Etika negatif tentunya harus dihindari oleh kita sebagai umat muslim yang baik. Etika negatif atau etika yang tidak baik diantaranya adalah perilaku *qaul zur* atau memberikan pernyataan palsu atau hoaks yang dapat menyebabkan terjadi salah paham, suudzon atau berprasangka buruk kepada orang lain tanpa bukti yang jelas, mencaci maki atau merendahkan orang lain, mengadu domba atau *namimah*, dan masih banyak lagi. Kita harus menghindari etika negatif tersebut agar terhindari dari dosa dan tetap damai dalam menjalani kehidupan (Hermanto, Siregar dan Amanda, 2025).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa etika merupakan pedoman yang mengatur perilaku manusia agar senantiasa berperilaku baik dan sesuai dengan nilai-nilai moral yang berlaku. Dalam Islam, etika dikenal dengan istilah akhlak, yaitu sikap, perilaku, dan budi pekerti yang bersumber dari ajaran Al-Qur'an dan Hadis. Etika dan akhlak memiliki hubungan yang erat, karena etika menjadi dasar dalam menentukan baik dan buruk suatu perbuatan, sedangkan akhlak merupakan penerapan nyata dari nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, etika tidak dapat dipisahkan dari kehidupan seorang muslim, termasuk dalam aktivitas bermedia sosial yang semakin berkembang pada era digital saat ini.

Dalam penggunaan media sosial, Islam mengajarkan agar setiap individu selalu menjaga perkataan, tulisan, dan tindakannya dengan mengedepankan kejujuran, kesantunan, tanggung jawab, serta menghormati hak dan kehormatan orang lain. Setiap informasi yang disampaikan harus berdasarkan fakta dan tidak mengandung unsur kebohongan, fitnah, maupun ujaran kebencian. Selain sebagai tuntunan agama, etika bermedia sosial juga sejalan dengan peraturan yang berlaku di Indonesia, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang mengatur perilaku pengguna media sosial agar tidak merugikan orang lain. Perbuatan seperti menyebarkan hoaks, mencemarkan nama baik, mengadu domba, dan melakukan perundungan digital merupakan tindakan yang tidak hanya melanggar hukum, tetapi juga bertentangan dengan nilai-nilai akhlak dalam Islam.

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

Implementasi Akhlak Mahmudah dalam Penggunaan TikTok dan Instagram

Perkembangan media sosial telah mengubah cara manusia berkomunikasi, memperoleh informasi, dan berinteraksi dengan masyarakat luas. TikTok dan Instagram merupakan dua platform media sosial yang memiliki jumlah pengguna yang sangat besar, terutama di kalangan generasi muda. Kehadiran kedua platform tersebut tidak hanya memberikan kemudahan dalam berbagi informasi dan hiburan, tetapi juga menjadi sarana untuk mengekspresikan diri, membangun relasi sosial, mengembangkan usaha, serta menyebarkan nilai-nilai pendidikan dan keagamaan. Dalam perspektif Islam, penggunaan media sosial tidak hanya dipandang sebagai aktivitas teknologi semata, melainkan juga sebagai bagian dari perilaku manusia yang harus dilandasi oleh nilai-nilai akhlak. Oleh karena itu, implementasi akhlak *mahmudah* dalam penggunaan TikTok dan Instagram menjadi sangat penting agar media sosial dapat memberikan manfaat bagi individu maupun masyarakat (Harahap *et al*., 2024).

Akhlak *mahmudah* merupakan akhlak terpuji yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Menurut Imam Al-Ghazali dalam kitab *Ihya' Ulumuddin*, akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa seseorang yang darinya muncul berbagai perbuatan dengan mudah tanpa memerlukan pertimbangan yang panjang. Akhlak *mahmudah* merupakan perilaku yang sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadis serta mencerminkan keimanan seseorang kepada Allah SWT. Dengan demikian, penggunaan TikTok dan Instagram yang dilandasi akhlak *mahmudah* akan menghasilkan perilaku digital yang positif, bertanggung jawab, dan bermanfaat bagi banyak orang (Zaini *et al.*, 2026).

Salah satu bentuk implementasi akhlak *mahmudah* dalam penggunaan TikTok dan Instagram adalah kejujuran (*ṣidq*) dalam menyampaikan informasi. Islam sangat menekankan pentingnya berkata benar dan menghindari kebohongan dalam segala aspek kehidupan. Allah memerintahkan orang-orang beriman untuk bersama orang-orang yang jujur. Allah SWT berfirman dalam QS. At-Taubah ayat 119:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya: "*Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah, dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar (jujur).*" (QS. At-Taubah [9]: 119)

Dalam konteks media sosial, kejujuran dapat diwujudkan dengan tidak menyebarkan berita palsu (hoaks), tidak memanipulasi informasi, serta tidak membuat konten yang menyesatkan masyarakat. Pengguna TikTok dan Instagram yang menerapkan nilai kejujuran akan lebih berhati-hati sebelum membagikan informasi dan selalu melakukan verifikasi terhadap sumber informasi yang diterima. Sikap ini sangat penting mengingat penyebaran informasi yang cepat di media sosial dapat memengaruhi opini dan perilaku masyarakat secara luas (Permana, Kosasih dan Sari, 2025).

Selain kejujuran, akhlak *mahmudah* juga tercermin dalam amanah dan tanggung jawab saat menggunakan media sosial. Menurut Ibn Miskawaih, akhlak yang baik merupakan keseimbangan jiwa yang melahirkan perilaku bertanggung jawab terhadap diri sendiri maupun orang lain (Ridwan dan Aisyah, 2022). Dalam penggunaan TikTok dan Instagram, amanah dapat diwujudkan melalui penggunaan media sosial secara bijak, menjaga kepercayaan publik, serta tidak menyalahgunakan platform untuk kepentingan yang merugikan orang lain. Seorang pengguna media sosial yang memiliki rasa tanggung jawab akan menyadari bahwa setiap unggahan, komentar, maupun konten yang dibuat memiliki dampak tertentu bagi masyarakat. Oleh karena itu, ia akan berusaha menghasilkan konten yang positif, edukatif, dan tidak menimbulkan keresahan di tengah masyarakat (Megiati *et al.*, 2024).

Islam mengajarkan umatnya untuk berbicara dengan perkataan yang baik dan lembut. Allah memerintahkan orang-orang beriman untuk mengucapkan perkataan yang benar. Firman Allah SWT dalam QS. Al-Ahzab ayat 70 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: "*Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.*" (QS. Al-Ahzab [33]: 70)

Dalam penggunaan TikTok dan Instagram, sikap santun dapat diwujudkan melalui penggunaan bahasa yang sopan, menghargai perbedaan pendapat, tidak menghina atau merendahkan orang lain, serta menghindari komentar yang mengandung ujaran kebencian. Bentuk lain dari akhlak *mahmudah* adalah menebarkan kebaikan dan manfaat kepada orang lain. Rasulullah SAW bersabda bahwa sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya. Hadis ini menunjukkan bahwa setiap aktivitas seorang muslim hendaknya memberikan manfaat bagi lingkungan sekitarnya. Dalam konteks TikTok dan Instagram, nilai ini dapat diwujudkan melalui pembuatan konten edukatif, motivatif, inspiratif, maupun konten dakwah yang mengajak masyarakat kepada kebaikan. Banyak konten kreator yang memanfaatkan media sosial untuk

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

menyebarkan ilmu pengetahuan, memberikan motivasi belajar, mengedukasi masyarakat mengenai kesehatan, serta menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Aktivitas tersebut merupakan bentuk implementasi akhlak *mahmudah* yang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat luas (Wahyuni, 2024).

Selanjutnya, akhlak *mahmudah* dalam penggunaan TikTok dan Instagram juga dapat dilihat melalui sikap menghormati privasi dan menjaga kehormatan orang lain. Islam mengajarkan pentingnya menjaga aib dan kehormatan sesama manusia (Permana, Kosasih dan Sari, 2025). Dalam QS. Al-Hujurat ayat 12:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ ۖ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا ۚ أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya: "*Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain, dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang.*" (QS. Al-Hujurat [49]: 12)

Ayat ini mengajarkan tiga prinsip penting dalam menjaga hubungan sosial, yaitu menghindari prasangka buruk (*suudzon*), tidak mencari-cari kesalahan orang lain (*tajassus*), dan tidak melakukan *ghibah* (menggunjing). Dalam konteks penggunaan media sosial seperti TikTok dan Instagram, ayat ini menjadi pedoman agar pengguna tidak mudah mempercayai atau menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya, tidak membongkar aib orang lain demi konten atau popularitas, serta tidak membuat komentar atau unggahan yang mengandung gunjingan dan penghinaan. Allah SWT melarang umat Islam mencari-cari kesalahan orang lain dan melakukan ghibah. Dalam praktik penggunaan media sosial, sikap ini dapat diwujudkan dengan tidak menyebarkan foto, video, atau informasi pribadi seseorang tanpa izin, tidak membongkar aib orang lain demi konten, serta tidak mengeksploitasi kesalahan orang lain untuk mendapatkan popularitas. Penghormatan terhadap privasi merupakan salah satu bentuk nyata dari penerapan nilai-nilai akhlak Islam dalam kehidupan digital (Yunida, 2024).

Akhlak *mahmudah* juga tercermin dalam sikap rendah hati (*tawadhu'*) ketika menggunakan media sosial. Salah satu tantangan terbesar dalam penggunaan TikTok dan Instagram adalah munculnya kecenderungan untuk mencari pengakuan, popularitas, dan pujian dari orang lain. Islam mengajarkan agar manusia tidak bersikap sombong dan tidak menjadikan setiap pencapaian sebagai sarana untuk membanggakan diri secara berlebihan. Menurut Al-Ghazali, *tawadhu'* merupakan sifat yang lahir dari kesadaran bahwa segala kelebihan yang dimiliki manusia berasal dari Allah SWT. Dalam penggunaan media sosial, sikap *tawadhu'* dapat diwujudkan dengan tidak berlebihan dalam memamerkan kekayaan, jabatan, atau kehidupan pribadi yang dapat menimbulkan iri hati dan kesenjangan sosial di tengah masyarakat (Kanafi, 2020).

Selain itu, penggunaan TikTok dan Instagram juga dapat menjadi sarana untuk mengembangkan *ukhuwah Islamiyah* atau persaudaraan sesama muslim. Media sosial memungkinkan seseorang untuk menjalin komunikasi dengan berbagai kalangan tanpa batas geografis. Jika digunakan dengan baik, platform tersebut dapat menjadi media untuk mempererat silaturahmi, memperluas jaringan pertemanan, serta membangun solidaritas sosial. Menurut Yusuf Al-Qaradawi, *ukhuwah* merupakan salah satu nilai fundamental dalam Islam yang harus dijaga dalam setiap bentuk interaksi sosial. Oleh karena itu, penggunaan media sosial yang mengedepankan persaudaraan, saling menghormati, dan saling mendukung merupakan bentuk implementasi akhlak *mahmudah* yang sangat relevan pada era digital (Ipandang, 2019).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa implementasi akhlak *mahmudah* dalam penggunaan TikTok dan Instagram mencakup berbagai nilai penting, seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, kesantunan dalam berkomunikasi, penyebaran konten yang bermanfaat, penghormatan terhadap privasi, sikap rendah hati, dan penguatan ukhuwah Islamiyah. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga dapat menjadi media pembentukan karakter dan pengembangan akhlak yang mulia. Dengan menerapkan akhlak *mahmudah* dalam setiap aktivitas digital, pengguna TikTok dan Instagram dapat memanfaatkan teknologi secara positif, memberikan manfaat bagi masyarakat, serta menjadikan media sosial sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT dan memperoleh keberkahan dalam kehidupan.

Perilaku Akhlak Mazmumah pada Penggunaan TikTok dan Instagram dalam Perspektif Islam

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. TikTok dan Instagram menjadi dua platform yang paling

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

banyak digunakan oleh berbagai kalangan, khususnya generasi muda. Melalui kedua platform tersebut, pengguna dapat membuat, mengunggah, dan menyebarkan berbagai jenis konten dalam waktu yang sangat cepat. Meskipun memberikan banyak manfaat, penggunaan TikTok dan Instagram juga menimbulkan berbagai permasalahan moral dan etika yang berkaitan dengan perilaku pengguna. Dalam perspektif Islam, perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai moral dan ajaran agama dikategorikan sebagai akhlak *mazmumah*, yaitu akhlak tercela yang harus dihindari karena dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain (Sesady, 2023).

Menurut Imam Al-Ghazali dalam Kitab *Ihya' Ulumuddin*, akhlak *mazmumah* merupakan sifat-sifat buruk yang tertanam dalam jiwa manusia dan melahirkan perbuatan yang bertentangan dengan syariat Islam serta nilai-nilai kemanusiaan. Akhlak *mazmumah* muncul akibat lemahnya pengendalian diri, dominasi hawa nafsu, serta kurangnya kesadaran terhadap tanggung jawab moral (Abdurrahman, 2016). Dalam konteks media sosial, akhlak *mazmumah* dapat terlihat melalui berbagai bentuk perilaku negatif yang dilakukan pengguna TikTok dan Instagram, baik dalam bentuk unggahan, komentar, maupun interaksi digital lainnya.

Salah satu bentuk akhlak *mazmumah* yang sering ditemukan dalam penggunaan TikTok dan Instagram adalah penyebaran hoaks atau berita bohong (*qaul az-zur*). Kemudahan membagikan informasi sering kali membuat pengguna menyebarkan berita tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu. Akibatnya, informasi yang tidak benar dapat tersebar luas dan menimbulkan kesalahpahaman, keresahan, bahkan konflik di masyarakat. Islam melarang keras perbuatan menyebarkan kebohongan karena dapat merugikan banyak pihak. Allah memerintahkan umat Islam untuk memeriksa kebenaran suatu berita sebelum mempercayai dan menyebarkannya (Yulia dan Taufina, 2023). Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Hujurat ayat 6:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓا۟ إِن جَآءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوٓا۟ أَن تُصِيبُوا۟ قَوْمًۢا بِجَهَٰلَةٍ فَتُصْبِحُوا۟ عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَٰدِمِينَ

Artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.*" (QS. Al-Hujurat [49] : 6)

Menurut Quraish Shihab, ayat tersebut mengajarkan pentingnya *tabayyun* atau klarifikasi sebagai bentuk tanggung jawab moral dalam menerima dan menyampaikan informasi. Oleh karena itu, penyebaran hoaks melalui TikTok dan Instagram merupakan perilaku yang bertentangan dengan ajaran Islam dan termasuk dalam kategori akhlak *mazmumah* (Fauzi, Hibatillah dan Majdi, 2024).

Akhlak *mazmumah* lainnya yang banyak ditemukan di media sosial adalah *ghibah* (menggunjing). *Ghibah* merupakan tindakan membicarakan keburukan atau aib seseorang tanpa sepengetahuannya, meskipun hal yang dibicarakan tersebut benar adanya. Dalam praktik penggunaan TikTok dan Instagram, *ghibah* sering muncul dalam bentuk komentar negatif, konten yang membahas kehidupan pribadi seseorang, atau penyebaran informasi yang bertujuan mempermalukan individu tertentu (Nabila *et al.*, 2023).

Menurut Imam An-Nawawi, larangan *ghibah* menunjukkan betapa besarnya dampak negatif dari perilaku tersebut terhadap kehormatan dan martabat seseorang. Fenomena akun gosip dan penyebaran konten sensasional di media sosial menunjukkan bahwa perilaku *ghibah* masih menjadi masalah yang cukup serius dalam kehidupan digital saat ini. Selain *ghibah*, perilaku fitnah juga menjadi salah satu bentuk akhlak *mazmumah* yang banyak terjadi di TikTok dan Instagram. Fitnah merupakan penyampaian informasi yang tidak benar dengan tujuan merusak nama baik atau reputasi seseorang. Dalam Islam, fitnah dipandang sebagai perbuatan yang sangat berbahaya karena dapat menimbulkan permusuhan, perpecahan, dan kerusakan sosial (Nafisah, 2025). Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 191:

وَٱقْتُلُوهُمْ حَيْثُ ثَقِفْتُمُوهُمْ وَأَخْرِجُوهُم مِّنْ حَيْثُ أَخْرَجُوكُمْ ۚ وَٱلْفِتْنَةُ أَشَدُّ مِنَ ٱلْقَتْلِ ۚ وَلَا تُقَٰتِلُوهُمْ عِندَ ٱلْمَسْجِدِ ٱلْحَرَامِ حَتَّىٰ يُقَٰتِلُوكُمْ فِيهِ ۖ فَإِن قَٰتَلُوكُمْ فَٱقْتُلُوهُمْ ۗ كَذَٰلِكَ جَزَآءُ ٱلْكَٰفِرِينَ

Artinya: "*Dan bunuhlah mereka di mana saja kamu jumpai mereka, dan usirlah mereka dari tempat mereka telah mengusirmu. Dan fitnah itu lebih besar bahayanya daripada pembunuhan. Dan janganlah kamu memerangi mereka di Masjidilharam, kecuali jika mereka memerangimu di tempat itu. Jika mereka memerangimu, maka perangilah mereka. Demikianlah balasan bagi orang-orang kafir.*" (QS. Al-Baqarah [2]: 191)

Dalam media sosial, fitnah sering terjadi melalui penyebaran tuduhan tanpa bukti, manipulasi informasi, maupun penyuntingan foto dan video yang bertujuan menyesatkan publik. Perkembangan teknologi digital yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat membuat dampak fitnah menjadi semakin luas dan sulit dikendalikan.

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

Perilaku ujaran kebencian (*hate speech*) dan perundungan daring (*cyberbullying*) juga termasuk bentuk akhlak *mazmumah* yang banyak ditemukan di media sosial. Ujaran kebencian biasanya berupa penghinaan, pelecehan, atau provokasi yang ditujukan kepada individu maupun kelompok tertentu berdasarkan latar belakang suku, agama, ras, maupun pandangan tertentu. Sementara itu, *cyberbullying* dilakukan melalui komentar kasar, hinaan, ancaman, atau tindakan lain yang bertujuan menyakiti seseorang secara psikologis. Rasulullah SAW juga bersabda bahwa seorang muslim adalah orang yang kaum muslimin lainnya selamat dari gangguan lisan dan tangannya. Oleh karena itu, ujaran kebencian dan *cyberbullying* merupakan perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai akhlak Islam dan dapat merusak hubungan sosial dalam masyarakat (Zulkarnain, 2020).

Bentuk akhlak *mazmumah* lainnya yang sering muncul dalam penggunaan TikTok dan Instagram adalah riya' atau pamer. Riya' merupakan perilaku memperlihatkan amal, harta, atau kelebihan yang dimiliki dengan tujuan mendapatkan pujian dan pengakuan dari orang lain. Dalam era media sosial, perilaku riya' dapat terlihat dari kecenderungan sebagian pengguna untuk menampilkan kemewahan hidup, pencapaian pribadi, atau aktivitas ibadah secara berlebihan demi memperoleh perhatian publik. Menurut Al-Ghazali, riya' merupakan penyakit hati yang dapat mengurangi nilai keikhlasan seseorang dalam beramal. Islam mengajarkan bahwa setiap amal yang dilakukan harus semata-mata karena Allah SWT, bukan untuk mencari pujian manusia. Oleh karena itu, pengguna media sosial perlu berhati-hati agar aktivitas digital yang dilakukan tidak berubah menjadi sarana untuk memamerkan diri dan mencari popularitas semata (Adilah, 2024).

Selain riya', terdapat pula perilaku hasad (iri dan dengki) yang berkembang akibat penggunaan media sosial. TikTok dan Instagram sering menampilkan berbagai pencapaian, kemewahan, dan kesuksesan yang dimiliki orang lain. Jika tidak disikapi dengan bijaksana, hal tersebut dapat menimbulkan rasa iri, dengki, bahkan kebencian terhadap keberhasilan orang lain. Menurut Ibn Miskawaih, hasad merupakan salah satu penyakit jiwa yang dapat merusak kebahagiaan seseorang karena membuatnya tidak mampu mensyukuri nikmat yang telah diberikan Allah SWT. Islam mengajarkan umatnya untuk bersyukur, berpikir positif, dan menjadikan keberhasilan orang lain sebagai motivasi untuk meningkatkan kualitas diri, bukan sebagai alasan untuk membenci atau menjatuhkan mereka (Azizah, 2023).

Perilaku akhlak *mazmumah* lainnya adalah *namimah* (adu domba), yaitu menyampaikan informasi dari satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan menimbulkan konflik dan permusuhan. Dalam media sosial, *namimah* dapat terjadi melalui penyebaran tangkapan layar percakapan, pengunggahan informasi yang memicu pertentangan, maupun penyebaran isu yang dapat memecah hubungan antarindividu atau kelompok. Menurut Imam Al-Ghazali, *namimah* merupakan dosa besar karena dapat merusak persaudaraan dan menimbulkan perpecahan dalam masyarakat. Kehadiran media sosial yang memungkinkan informasi tersebar secara cepat menjadikan perilaku *namimah* semakin mudah dilakukan dan memiliki dampak yang lebih luas dibandingkan pada masa sebelumnya (Azhari, Hilmiyyah dan Wisdayanti, 2025).

Berdasarkan analisis tersebut, dapat dipahami bahwa penggunaan TikTok dan Instagram tidak hanya menghadirkan manfaat, tetapi juga berpotensi menjadi sarana munculnya berbagai bentuk akhlak *mazmumah*, seperti hoaks, *ghibah*, fitnah, ujaran kebencian, *cyberbullying*, riya', hasad, dan *namimah*. Perilaku-perilaku tersebut bertentangan dengan nilai-nilai Islam karena dapat merusak hubungan sosial, menimbulkan konflik, menghilangkan kepercayaan, serta menjauhkan manusia dari tujuan utama ajaran Islam, yaitu mewujudkan kemaslahatan dan akhlak mulia. Oleh karena itu, setiap pengguna media sosial perlu meningkatkan kesadaran moral, memperkuat pemahaman agama, serta menerapkan prinsip-prinsip etika Islam dalam setiap aktivitas digital yang dilakukan.

KESIMPULAN

Etika bermedia sosial dalam perspektif Islam merupakan pedoman perilaku yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang mengatur bagaimana seorang muslim berinteraksi, berkomunikasi, serta menyampaikan informasi di ruang digital. Etika dalam Islam dikenal dengan istilah akhlak yang bertujuan membentuk manusia agar senantiasa berperilaku sesuai dengan nilai-nilai kebaikan dan memperoleh keridaan Allah SWT. Dalam penggunaan media sosial, etika Islam menekankan pentingnya kejujuran, kesantunan, tanggung jawab, serta penghormatan terhadap hak dan kehormatan orang lain. Implementasi akhlak *mahmudah* dalam penggunaan TikTok dan Instagram dapat diwujudkan melalui berbagai perilaku positif, seperti kejujuran dalam menyampaikan informasi, amanah dan tanggung jawab dalam membuat serta membagikan konten, kesantunan dalam berkomunikasi, penyebaran informasi yang bermanfaat, penghormatan terhadap privasi orang lain, sikap rendah hati (*tawadhu'*), serta upaya mempererat *ukhuwah Islamiyah*. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

hiburan dan komunikasi, tetapi juga dapat menjadi media dakwah, pendidikan, serta pembentukan karakter yang baik. Penerapan akhlak *mahmudah* dalam aktivitas digital mampu menciptakan lingkungan media sosial yang sehat, produktif, dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Di sisi lain, penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan TikTok dan Instagram berpotensi melahirkan berbagai bentuk akhlak *mazmumah* apabila tidak disertai dengan kesadaran moral dan pemahaman agama yang baik. Bentuk-bentuk akhlak *mazmumah* yang sering ditemukan meliputi penyebaran hoaks, *ghibah*, fitnah, ujaran kebencian, *cyberbullying*, riya', hasad, dan *namimah*. Perilaku-perilaku tersebut bertentangan dengan ajaran Islam karena dapat merusak hubungan sosial, menimbulkan konflik, menghilangkan kepercayaan, serta mengganggu keharmonisan kehidupan bermasyarakat.

DAFTAR REFERENSI

Abdurrahman, M. (2016). *Akhlak: Menjadi seorang muslim berakhlak mulia*. Jakarta: Rajawali Pers.

Adilah, G. (2024). Paradigma riya' dalam sedekah Surat Al-Baqarah ayat 263–264. *Journal Hub for Humanities and Social Science, 1*(2), 197–206. https://doi.org/10.63847/0x925e89

Antari, N. L. W. (2025). Optimalisasi media sosial Instagram dan TikTok sebagai sarana kreatif dalam pembelajaran linguistik dan sastra. Dalam *PEDALITRA V: Seminar Nasional Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya* (hlm. 373–381). Denpasar: Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia dan Daerah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Mahadewa Indonesia.

Azhari, A., Hilmiyyah, N., & Wisdayanti. (2025). Pendampingan pengajaran hadis tentang upaya preventif terhadap perilaku ghibah dan namimah dalam etika Islam dan sosial. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat, 11*(2), 197–209. https://doi.org/10.30997/qh.v11i2.21089

Azizah, R. N. (2023). Ibn Miskawaih's ethics as the basis for achieving mental well-being. Dalam *The 6th ICODIE Proceedings* (hlm. 67–80). Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.

Fauzi, P. A., Hibatillah, H. M., & Majdi, A. L. (2024). Penafsiran Surat Al-Hujurāt ayat 6 tentang tabayyun dalam perspektif tafsir kontekstual Abdullah Saeed. *'Irfani, 3*(1), 76–101. https://doi.org/10.36667/irfani.v3i1.2196

Hamzah, A. (2022). *Metode penelitian kepustakaan (library research)*. Depok: Rajawali Press.

Harahap, A. S., et al. (2024). Pengaruh media sosial terhadap perilaku etika remaja di era digital. *Indonesian Culture and Religion Issues, 1*(2), 1–9.

Hermanto, E., Siregar, A., & Amanda, Z. M. (2025). Menangkal berita hoax menurut Al-Qur'an Surah An-Nur ayat 11. *Jurnal Ushuluddin, 24*(1), 88–100. https://doi.org/10.51900/ushuluddin.v24i1.26273

Hidayat, R. M., Rifki, A., & Rachman, I. F. (2025). Dampak paparan konten negatif di TikTok dan Instagram terhadap kesehatan mental siswa: Kajian literatur. *Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan, 3*(3), 136–143. https://doi.org/10.62383/risoma.v3i3.769

Ipandang. (2019). *Fiqih & realitas sosial (Studi kritis fiqh realita Yusuf Al-Qaradhawi)*. Yogyakarta: CV Bildung Nusantara.

Kanafi, I. (2020). *Ilmu tasawuf (Penguatan mental-spiritual dan akhlaq)*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.

Khairunnisa, & Asyari, H. (2024). Strategi penggunaan content marketing pada pengguna TikTok dan Instagram berdasarkan audience behaviour di perusahaan X. *Jurnal Vokasi Indonesia, 12*(1), 37–49. https://doi.org/10.7454/jvi.v12i1.1215

Kuswanto, R. T., & Kurniawan, M. A. (2025). Fenomena anonim media sosial ditinjau dalam perspektif Islam. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian kepada Masyarakat, 5*(2), 225–238. https://doi.org/10.56832/edu.v5i2.1105

Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Departemen Agama RI. (2009). *Etika berkeluarga, bermasyarakat, dan berpolitik (Tafsir Al-Qur'an Tematik)* (Ed. ke-5). Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.

Lubis, M. S. I. (2021). Teknologi informasi dan komunikasi dalam perspektif Islam. *Jurnal Publik Reform, 8*(1), 79–88. https://doi.org/10.46576/jpr.v8i1.1474

Maulidin, S. (2025). Pendidikan pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah dan pendidikan pada pelajar. *Journal Khafi: Journal of Islamic Studies, 2*(3), 27–39.

Megiati, Y. E., et al. (2024). Bijak bermedia sosial sebagai bentuk pemanfaatan internet sehat. *Kapas: Kumpulan Artikel Pengabdian Masyarakat, 2*(3), 332–340. https://doi.org/10.30998/ks.v2i3.2636

Nabila, S., et al. (2023). Analisis ujaran kebencian dalam kolom komentar pada media sosial X, TikTok, dan Instagram. *SOSMANIORA (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora), 2*(4), 645–651. https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v2i4.2997

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

Nafisah, D. (2025). Dampak ghibah terhadap harga diri dan ukhuwah Islamiyah dalam kehidupan sosial. *Jurnal Inovasi dan Kajian Multidisiplin, 1*(1), 31–37. https://doi.org/10.62710/9c7s7b21

Nurjanah, Darmawanita, & Masronia. (2024). Etika bermedia sosial dalam Islam: Panduan sikap muslim di dunia digital. *Journal of Innovative and Creativity*, *4*(2), 24–30.

Permana, G. A. P., Kosasih, A., & Sari, I. (2025). Etika menggunakan sosial media TikTok dalam ajaran Islam. *Jurnal Inovasi Pendidikan dan Teknologi Informasi (JIPTI), 6*(1), 110–127. https://doi.org/10.52060/jipti.v6i1.2646

Ridwan, & Aisyah, N. (2022). Konsep pendidikan akhlak pemikiran Ibnu Miskawaih dalam kitab *Tahdzib Al-Akhlak*. *Jurnal Bashrah, 2*(1), 68–85. https://doi.org/10.58410/bashrah.v2i1.445

Risna, Hidayah, N., & Riani, M. (2023). Komunikasi virtual dan etika bermedia sosial dalam perspektif Islam. *Islamic Education Scientific Journal, 1*(3), 537–545.

Saat, S., & Mania, S. (2020). *Pengantar metodologi penelitian*. Gowa: Pusaka Almaida.

Samudra, A. H. (2020). Pencemaran nama baik dan penghinaan melalui media teknologi informasi komunikasi di Indonesia pasca amandemen UU ITE. *Jurnal Hukum & Pembangunan, 50*(1), 91–105. https://doi.org/10.21143/jhp.vol50.no1.2484

Sesady, M. (2023). *Ilmu akhlak*. Depok: Rajawali Pers.

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Yogyakarta: Alfabeta.

Supriatna, C., & Jenuri. (2023). Virtual communication: Etika bermedia sosial dalam perspektif Islam. *Jurnal Comm-Edu, 6*(2), 135–143. https://doi.org/10.22460/comm-edu.v6i2.17877

Wahyuni, S. (2024). Macam-macam akhlakul mahmudah dan akhlakul mazmumah. *Jurnal Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (JITK), 2*(1), 147–151. https://doi.org/10.65311/jitk.v2i1.707

Yulia, P., & Taufina, D. C. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap akhlak madzmumah siswa di SDN 109/III Lubuk Suli. *Ta'diban: Journal of Islamic Education, 4*(1), 42–48. https://doi.org/10.61456/tjie.v4i1.144

Yunida, H. I. (2024). Prasangka buruk sebagai simbol memakan daging bangkai: Tafsir semiotika Roland Barthes dalam Surat Al-Hujurat ayat 12. *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir dan Pemikiran Islam, 5*(3), 956–969. https://doi.org/10.58401/takwiluna.v5i3.1880

Zaini, M., et al. (2026). Etika digital dan akhlak dalam Islam: Studi fenomenologis media sosial di Indonesia. *Paradigma: Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, dan Sosial Budaya, 32*(1), 60–71. https://doi.org/10.33503/paradigma.v32i1.2873

Zulkarnain. (2020). Ujaran kebencian (*hate speech*) di masyarakat dalam kajian teologi. *Studia Sosia Religia, 3*(1), 70–82. https://doi.org/10.51900/ssr.v3i1.7672